



**PERSEPSI KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI,  
PROMOSI, KUALITAS LAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Pada Toko Busana Arrival Mode Jember)**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:**

**Aditya Krisna. H  
NIM 11.10.411.009**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
FEBRUARI, 2016**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kualitas Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Busana Arrival Mode Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 9 Februari 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

**Drs. M. Naely Azhad. M.Si**  
**NIP 19661 231 1990 03 1006**

Anggota 1,

Anggota 2,

**Seno Sumowo. SE., M.M**  
**NPK 01 09 288**

**Budi Santoso. SE., M.M**  
**NPK 07 09 107301**

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

**Drs Ahmad Suharto, M.P**  
**NPK 89 06 242**

**Maheni Ika Sari, SE., M.M**  
**NIP 19770 811 2005 01 2001**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kualitas Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Busana Arrival Mode Jember)".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Drs. Ahmad Suharto, M.P, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Seno Sumowo. SE., M.M, selaku dosen pembimbing I dan Budi Santoso. SE., M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Drs. M. Naely Azhad. M.Si, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2011 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 9 Februari 2016

Penyusun

Aditya Krisna. H

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Pemasaran .....	6
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.1.2 Konsep Pemasaran .....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	7
2.1.3 Kualitas Produk .....	10
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....	10
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk .....	11
2.1.4 Harga .....	13
2.1.4.1 Pengertian Harga .....	13
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga .....	15
2.1.4.3 Strategi Harga .....	17
2.1.5 Promosi .....	18
2.1.6 Lokasi .....	21
2.1.7 Kualitas Layanan .....	23
2.1.7.1 Pengertian Kualitas Layanan .....	23
2.1.7.2 Dimensi Kualitas Layanan .....	24

2.1.8 Perilaku Konsumen .....	26
2.1.9 Proses Keputusan Pembelian .....	31
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	36
2.3 Kerangka Konseptual .....	38
2.4 Hipotesis Penelitian .....	38
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	40
3.1.1 Variabel Independen/Bebas .....	40
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat .....	40
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	40
3.2.1 Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	40
3.2.2 Harga ( $X_2$ ) .....	41
3.2.3 Promosi ( $X_3$ ) .....	41
3.2.4 Lokasi ( $X_4$ ) .....	41
3.2.5 Kualitas Layanan ( $X_5$ ) .....	42
3.2.6 Keputusan Pembelian Konsumen ( $Y$ ) .....	42
3.3 Desain Penelitian .....	43
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	43
3.4.1 Populasi .....	43
3.4.2 Sampel .....	44
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	44
3.5 Jenis Data .....	44
3.5.1 Data Sekunder .....	44
3.5.2 Data Primer .....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.7 Teknik Analisis Data .....	46
3.7.1 Uji Instrumen Data .....	46
3.7.1.1 Uji Validitas .....	46
3.7.1.2 Uji Reliabilitas .....	47
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	48
3.7.3.1 Uji Normalitas ( <i>Normality</i> ) .....	48
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas .....	48
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	49
3.7.4 Uji Hipotesis .....	49
3.7.4.1 Uji F .....	49
3.7.4.2 Uji t .....	50
3.7.4.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	50
<b>BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN .....</b>	<b>52</b>

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	52
4.1.3 Aspek Personalia .....	53
4.1.3.1 Jumlah Tenaga Kerja .....	53
4.1.3.2 Jam Kerja .....	53
4.1.3.3 Sistem Upah .....	53
4.1.4 Bauran Pemasaran di Toko Busana Arrival Mode Jember .....	54
4.2 Data Dtatistik Deskriptif .....	54
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden .....	54
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian .....	56
4.2.2.1 Kualitas Produk .....	56
4.2.2.2 Harga .....	57
4.2.2.3 Promosi .....	59
4.2.2.4 Lokasi .....	60
4.2.2.5 Kualitas Layanan .....	61
4.2.2.6 Keputusan Pembelian .....	63
4.3 Analisis Data .....	64
4.3.1 Pengujian Instrumen Data .....	64
4.3.1.1 Pengujian Validitas Data .....	64
4.3.1.2 Pengujian Reliabilitas Data .....	65
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	66
4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik .....	68
4.3.3.1 Pengujian Normalitas .....	68
4.3.3.2 Pengujian Multikolinearitas .....	69
4.3.3.3 Pengujian Heterokedastisitas .....	70
4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	71
4.3.4.1 Uji F .....	71
4.3.4.2 Uji t .....	71
4.3.4.3 Koefisien Determinasi .....	73
4.4 Pembahasan .....	73
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>78</b>
5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Saran .....	78
5.3 Rekomendasi .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Penjualan Toko Busana Arrival Mode Jember dari Bulan Januari 2015 – Mei 2015 .....	4
Tabel 2.1: Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 4.1: Responden Menurut Usia .....	55
Tabel 4.2: Responden Menurut Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.3: Responden Menurut Tingkat Pendidikan .....	55
Tabel 4.4: Responden Menurut Lama Berlangganan .....	56
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Produk .....	56
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga .....	58
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Promosi ...	59
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Lokasi .....	60
Tabel 4.9: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Layanan .....	62
Tabel 4.10: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
Tabel 4.11: Hasil Pengujian Validitas .....	65
Tabel 4.12: Hasil Pengujian Reliabilitas .....	66
Tabel 4.13: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	66
Tabel 4.14: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel 4.15: Hasil Uji F .....	71
Tabel 4.16: Hasil Uji t .....	72
Tabel 4.17: Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	73



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Komunikasi .....	18
Gambar 2.2: Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	32
Gambar 2.3: Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	35
Gambar 2.4: Kerangka Konsep Penelitian .....	38
Gambar 4.1: Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	57
Gambar 4.2: Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga .....	58
Gambar 4.3: Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi .....	60
Gambar 4.4: Distribusi Jawaban Responden Variabel Lokasi .....	61
Gambar 4.5: Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan .....	62
Gambar 4.6: Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	64
Gambar 4.7: Hasil Pengujian Normalitas .....	69
Gambar 4.8: Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I:	Pengantar Kuesioner
LAMPIRAN II:	Petunjuk Pengisian Kuesioner
LAMPIRAN III:	Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN IV:	Rekapitulasi Kuesioner
LAMPIRAN V:	Frekuensi Pernyataan Responden
LAMPIRAN VI:	Uji Validitas
LAMPIRAN VII:	Uji Reliabilitas
LAMPIRAN VIII:	Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
LAMPIRAN IX:	Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t